

Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y
de la Comunicación Social

Licenciatura en Periodismo

Tesina de grado

Impacto de las tecnologías en los grupos
musicales y discográficas

Autora: Grossi Ponce, Sofía

Directora de la Carrera de Periodismo: García Luna Ana
Laura

Tutor de la tesina: Marino Santiago

Ciudad Autónoma de Buenos Aires, 13 de marzo de 2018

Esta tesina no hubiese sido posible sin la incondicionalidad de mi familia, quienes desde aquel febrero de 2013 que pise por primera vez la Universidad del Salvador me apoyaron en absolutamente todo. Me alentaron en los momentos más difíciles y festejaron mis logros.

Por otro lado, tengo que agradecerles a los grandes amigos que la facultad me permitió conocer, sin ellos estos cuatro años de cursada no hubiesen sido lo mismo, me hicieron pasar unos años maravillosos.

Gracias a la Universidad del Salvador viví experiencias muy enriquecedoras, aprendí muchísimo de la mano de excelentes profesores y me abrieron la puerta a grandes pasantías que acentuaron, aún más, el amor por esta profesión.

Y, sin dudas, un agradecimiento especial a mi tutor, Santiago Marino, quien respondió mis dudas en todo momento, me guió e hizo posible que hoy este entregando mi primer trabajo de investigación.

Abstract

Esta tesina de grado se centra en el impacto generado por las tecnologías en las discográficas y grupos musicales. Para indagar y poder llegar a los resultados finales fueron entrevistados músicos y miembros de reconocidas discográficas, con el objetivo de obtener, entre otras cosas, las alternativas de negocios seguidas. Como resultado se obtuvo el panorama actual de la industria musical.

Palabras claves: tecnologías, discográficas, grupos musicales, industria musical.

Índice

Introducción.....	5
Capítulo I: “Antecedentes”	
2.1 Introducción al tema.....	7
2.2 De la crisis del mercado a otras prácticas de escucha.....	12
2.3 La reconversión de la industria de la música en Internet.....	15
2.4 La industria discográfica y la revolución digital.....	18
2.5 El impacto producido por la descarga de música por Internet en la industria musical.....	21
Capítulo II “Marco Teórico”	25
Capítulo III “Metodología”	42
Capítulo IV “Voces de la industria musical”	46
Capítulo V “Conclusiones”	68
Bibliografía.....	72
Apéndice.....	74

Introducción

Esta tesina de grado tiene como objeto investigar como el surgimiento de nuevas plataformas y redes sociales repercutieron en las discográficas. A partir de ese análisis, describir las nuevas alternativas de negocios a las que acudieron para poder seguir persistiendo.

Por otro lado, analizar como comenzaron a manejarse los grupos musicales a partir de estas tecnologías. Si a esta ‘nueva era musical’ la consideran como una etapa positiva o negativa en cuanto a lo económico o en relación a la distribución y llegada al público de su material o en todo caso que aspecto es el más importante para ellos.

El problema que se plantea esta investigación es cómo hacen las discográficas y los grupos musicales para poder seguir subsistiendo. Dado que en la actualidad existen infinitudes de programas que le permiten a la gente descargar música gratis en vez de tener que incurrir en un gasto a la hora de comprar un cd.

A partir de este problema también se mencionarán algunos de los nuevos negocios que hacen posible que las industrias puedan seguir existiendo y tengan éxito. Uno de ellos sería la beta que las compañías discográficas encontraron en los recitales ya que al darse cuenta de la pérdida de dinero que tenían por la venta de cd comenzaron con un nuevo negocio: los shows de las bandas. No muchas bandas pueden financiar por ejemplo las grandes estructuras de escenarios que las compañías discográficas si pueden solventar.

Otro de los nuevos negocios que ayudan a las compañías discográficas a seguir persistiendo es la unión con YouTube, esta página web llegó a un acuerdo con algunas de las compañías discográficas más importantes para que se sumen a un servicio de suscripción que compita con Spotify, este se llama Vevo dedicada a los videoclips.

Según Rio Carraeff, presidente de Vevo *“Los videos musicales no son el único contenido que ofrece, también hay listas de reproducción, letras de las canciones. Los visitantes tienen más acceso a sus artistas favoritos de lo que nunca han tenido y la calidad de los vídeos es tres veces mayor que la que se encuentra normalmente en la red. Estas mejoras atraen a los publicistas a Vevo. Normalmente se suele pagar de 3 a 8 dólares por cada mil visitas, cuando hablamos de videos on-line, para Vevo se consigue de 25 a 40 dólares”*.

También existen negocios entre Spotify y grandes discográficas, entre ellas Universal Music, para poder seguir manteniendo sus ingresos. El mismo consiste en un acuerdo para que la música de los artistas de Universal este en la plataforma. Para que esto fuese posible Spotify pago a la discográfica aproximadamente 1.000 millones de dólares, este acuerdo está previsto hasta el año 2017.

Otro aspecto para investigar seria si la piratería que existe actualmente, gracias a tantos programas que permiten descargar música gratis, termina afectando o no a los grupos musicales. Ya que por un lado esto hace que no vendan la cantidad de cds deseados, pero por otro lado estas aplicaciones permiten que su música llegue a más gente y así pueden atraer a más público a sus recitales que en definitiva es lo que más dinero les da. Igualmente, algunos grupos accedieron a una nueva alternativa a la hora de descargar música gratis, esta es conocida como “a la gorra” y consiste en que las personas pueden dejar la cantidad de dinero que desean a la hora de bajar el cd.

Muchos se preguntarán como estas plataformas pueden ser legales, Spotify es legal ya que cuando uno escucha la canción de un artista la plataforma le retribuye un porcentaje al cantante. Sería algo similar a la Sociedad De Autores y Compositores (SADAIC) quienes se ocupan de recaudar el dinero que les corresponde a los autores de las canciones. Igualmente, la pérdida de dinero es muy significativa. Aproximadamente se necesitan 60,000 reproducciones para que un músico gane igual a lo que ganaría vendiendo un solo disco físico.

El trabajo está dividido en cinco capítulos. En la primera parte de la tesina se realiza una breve introducción sobre lo que se investigará. Luego, en los siguientes capítulos, se encontrarán investigaciones previas relacionadas al tema de esta tesina y también el marco teórico acompañado por grandes autores que ayudarán a esclarecer conceptos claves. En la última parte se encuentran las opiniones de músicos y discográficas y las conclusiones a las que llegó esta investigación.

Capítulo I

“Antecedentes/Estado del arte”

La tesis aborda el impacto que tuvo sobre el mundo discográfico el surgimiento de nuevas plataformas y redes sociales. También se interesa por cómo, a partir de los cambios generados en la industria musical, comenzaron a manejarse los grupos musicales. Es decir, como logran percibir ingresos económicos o si a partir de estas tecnologías se le presentaron oportunidades más rentables que los negocios tradicionales.

Este capítulo tiene como objetivo explicar y vincular con esta tesina investigaciones previas relacionadas con el tema a desarrollar. Para esto se seleccionaron cinco documentos académicos que servirán para comparar y también para actualizar los temas que se tratarán. Al tratarse de plataformas y redes sociales, constantemente se producen cambios, ya sean nuevas formas de negocios o nuevas estrategias para llevar a cabo, por eso las investigaciones previas quedan desactualizadas por tanta información nueva que surge. El propósito de este trabajo es poder aportar datos actualizados específicos de la industria discográfica en Argentina.

A partir de acá se seguirá con el desarrollo de las investigaciones previas que han sido realizadas sobre temas relacionados al tema que este trabajo trata, es decir, los antecedentes. Estos comprenden estudios realizados tanto sobre American Latina como también sobre España, pero también se van a desarrollar investigaciones que abarcan la industria discográfica de forma global.

El primer estudio que se explicará fue llamado *“La cultura en Uruguay: una mirada desde las ciencias económicas”* es un documento de trabajo escrito en el año 2014 por Nicolás Cohnheim, Damián Geinsinger y Ernesto Pienika y los tutores del mismo fueron Cecilio García y Gustavo Buquet. Para poder llevar a cabo la investigación realizaron un relevamiento de datos a través de diferentes trabajos que tratan sobre el impacto producido en la industria musical a partir de las nuevas tecnologías.

El texto hace referencia al impacto de las nuevas tecnologías en la industria musical, pero lo hace desde un lado pura y exclusivamente económico. Muestra los distintos cambios que las tecnologías produjeron hasta llegar al modelo de negocios

actual. Para esto explican y detallan cuales fueron los cambios, porque y quienes los produjeron. También se detienen en las nuevas tendencias de consumo culturales.

Realizan una comparación entre la industria discográfica tradicional con otras industrias en la economía. Se explica en que está basado el modelo discográfico tradicional y luego se expone cuáles son los nuevos participantes que ingresan y generan riesgos en la industria. Se plantea que durante los últimos sesenta años hubo una notable caída en la venta de discos (23% desde 1999) y hacen hincapié en que este es el principal motivo por el cual la Industria Musical se ve afectada y ‘obligada’ a buscar nuevas estrategias.

Para poder llevar a cabo el trabajo hicieron un recorrido desde las primeras formas de consumir música, hasta los tiempos actuales donde las antiguas formas cambiaron por las nuevas tecnologías. También recurrieron a diferentes investigaciones relacionadas a la industria musical para realizar un análisis económico del modelo tradicional (profundizando en los distintos aspectos del mismo) y así poder compararlo con el modelo actual.

La industria discográfica tradicional se basaba en la venta de CDS, en este proceso intervienen distintos agentes, en el trabajo se nombran a los más importantes: compositor; intérprete; productor artístico; editoriales; compañías discográficas; fabricantes; distribuidores; medios de comunicación; minoritas y consumidores.

Se hace más hincapié en uno de los agentes: las compañías discográficas, las mismas se encargan de promocionar el material producido y darlo a conocer al público. Los medios de comunicación son de mucha ayuda a la hora de promocionar los CDS y esto hace que también solo las grandes compañías tengan acceso a esto porque son las únicas que pueden incurrir en esos costos.

Según la información que el artículo expone, hay una concentración en la industria discográfica siendo solamente cuatro empresas las líderes en el mercado (Sony, BMG, Time – Warner, EMI y Vivendi – Universal). En la industria musical no solo existen negocios vinculados a la industria discográfica, sin embargo, esta última es la más importante en términos económicos.

Los autores describen la manera en la que se empezó a consumir la música, esto se daba a través de los teatros, la ópera, fiestas, entre otras, en donde el público tenía la posibilidad de escuchar música en vivo, pero la desventaja era que solo lo podía hacer una vez ya que no existía ningún soporte capaz de grabar las distintas melodías para luego poder reproducirlas nuevamente las veces que uno quisiera. Esto cambia a partir de la creación del fonógrafo, capaz de grabar, almacenar y reproducir. Este es considerado el puntapié para desarrollar la industria discográfica.

Luego de explicar lo que hizo posible la creación de la industria discográfica, los escritores, hablan de la evolución de los soportes, empezando por los discos de vinilos, los mismos estuvieron vigentes hasta los años 70' hasta ser reemplazados por el casete y luego comenzó a utilizarse el disco compacto de audio.

Se mencionan los cambios tecnológicos más significativos los mismos no fueron impulsados por terceros sino por las mismas discográficas. En cambio, las tecnologías que llevan a tomar nuevas estrategias no fueron decisión de las industrias sino de los propios consumidores.

El origen de la música digital se dio gracias al disco compacto, ya que se pasó de lo análogo a lo digital. A partir de los 90' empresas de computadoras vieron como un gran negocio poder comercializar música a través de internet, fue por eso que comenzaron a desarrollar aplicaciones multimedia. La música se transmitía en formato MP3, el formato se impulsó gracias al sistema Peer to Peer (P2P) ya que posibilitó el intercambio de música entre los distintos usuarios, pudiendo acceder a la música de una manera totalmente distinta que la tradicional.

Estas tecnologías produjeron un cambio sustancial en la industria ya que a partir de las mismas se pudo comenzar a utilizar Internet como canal de promoción y distribución. También permitieron que se puedan realizar infinitas copias del material ya grabado, pero el costo del primer cd sigue siendo muy elevado. Con la aparición de Internet entra en juego el concepto de "propiedad intelectual" ya que a partir de que el material es subido es muy difícil controlar que otra persona no distribuya el material de manera ilegal.

Las generaciones más jóvenes ven a la piratería como algo normal, la naturalizan, ya que crecieron viendo esto y ejerciéndolo sin ningún tipo de consecuencias por parte de los propietarios del material. Esto es una gran amenaza para las industrias discográficas, porque el público ya está acostumbrado a no pagar e igualmente poder acceder a la música que quiera. Es muy difícil que comiencen a pagar y menos que menos a comprar los CDS en formato físico.

Este gran cambio genera beneficios, pero también costos para el consumidor. A partir de los nuevos soportes aparecen nuevos equipos que reproducen esos formatos, pero si el consumidor realizó una gran inversión en un soporte anterior puede tardarse más en introducirse en las nuevas formas de acceder a la música. Pero también poseen beneficios, ya que con anterioridad si solo les gustaban un tema de un álbum tenían que comprar todas las canciones, con Internet esto cambió, y pueden comprar solo la canción que les gusta.

El trabajo de los autores uruguayos agrupa los principales impactos en la Industria Musical de la siguiente manera:

- Crisis en la industria discográfica
- Nueva relación entre artistas y discográficas: Los servicios de las discográficas no son tan demandados por los artistas.
- Impactos en la comercialización: Cambian los modelos de comercialización tradicionales, debido a que con Internet surgen nuevas formas como por ejemplo downloading.
- Impactos en la distribución: A partir de la venta de música de forma online cierran importantes negocios de venta de discos en formato físico. También cambian los precios
- Paradigma del Modelo de Negocios: Surgen nuevos modelos de soportes para poder reproducir música, deja de ser solamente exclusividad del soporte físico.
- Rol de los consumidores – Redes sociales: Las redes sociales le permiten a los consumidores poder tener acceso a infinidad de música y también conectarse con otros usuarios que comparten los mismos gustos musicales.

- Aparición de nuevos agentes

La crisis en la industria discográfica tiene que ver con la disminución en la venta de CDS en todos los formatos, uno de los factores es la aparición de las nuevas tecnologías. *“Según los datos publicados por la IFPI, desde 1999 hasta el año 2006, se acumula una caída de 23% en las unidades vendidas de discos compactos a nivel mundial, lo cual refleja la crisis en la que está inmerso el modelo tradicional de ventas de CDs”.* (p20).

Concluye explicando cómo cambió la forma de comercialización y distribución de la música y todo lo nuevo que este gran cambio trajo consigo como por ejemplo la ampliación del mercado, ya que ahora con Internet se traspasan las barreras físicas.

Es un trabajo muy completo ya que se parte de la siguiente afirmación “las nuevas tecnologías impactan en la industria musical” y a partir de esta se investigan todas las variantes para confirmar que esto realmente es así. El impacto no es solo negativo, sino que les concede beneficios a los artistas y consumidores, entre otros.

El análisis es abordado desde la parte económica, por eso me parece una investigación muy completa ya que no solo habla de lo musical, sino que le da otro enfoque, explicando la historia de la industria musical para poder llegar a la actualidad y comparar los distintos modelos que hubo. Y de esta manera poder profundizar en los impactos de las tecnologías en los modelos tradicionales.

Los resultados obtenidos de la investigación están expuestos de manera muy organizada, se hace un análisis cronológico de la evolución de la industria musical muy detallado. Para poder llevarla a cabo recurrieron a diversos materiales de investigaciones relacionadas que les permitieron obtener mucha información sobre los distintos temas que desarrolla el trabajo.

Con respecto a la tesis que desarrollaré a lo largo de los próximos capítulos me parece interesante compararla con este trabajo uruguayo, ya que se puede estudiar a la industria discográfica desde otro punto de vista totalmente distinto, ya que a estos autores les interesa más el aspecto económico. Como decía al comienzo del capítulo

estas investigaciones no son las más actuales por esto hay cosas que cambiaron o surgieron elementos importantes nuevos interesantes para analizar.

Para seguir acercándonos al tema que analiza esta tesis para de esta manera poder obtener distintos puntos de vista se desarrollará otro artículo titulado “*De la crisis del mercado discográfico a otras prácticas de escucha*” financiado por la Fundación Alternativas y escrito en el año 2010 por Hector Fouce, doctor en Periodismo por la Universidad Complutense de Madrid, Master en Propiedad Intelectual, también es músico por eso se interesa y se involucra en las investigaciones sobre todo lo relacionado a la música y a sus transformaciones a partir de las nuevas tecnologías.

El artículo escrito por Fouce trata no solo de la crisis que vive el mercado musical español, sino que también presenta posibles soluciones al problema. Para llevar a cabo dicha investigación el periodista español realizó a entrevistas a tres grupos divididos según la edad. Esto se efectuó con el fin de incluir distintos puntos de vista entre diferentes generaciones, desde lo más jóvenes quienes nacieron y crecieron con los cambios tecnológicos por eso lo ven como algo natural y también les parece algo común poder tener acceso a la música que quieran de forma gratuita. También se incluyó a adultos quienes transitaron el cambio y fueron parte de la evolución de los soportes musicales y de las distintas practicas a la hora de consumir música.

A diferencia de la investigación anterior esta hace mayor énfasis en la relación del público con la música. Introduce el artículo reflejando los cambios que vienen efectuándose desde la década de los 90’ época en la que comienza la crisis en la industria musical. Aquí es donde se expone la relación de la crisis con el público, ya que no solo es un problema en el modelo de negocios tradicional, sino que también el problema se da en el modelo de consumo, donde entran en juego las distintas generaciones para poder ver como el cambio de las prácticas de los consumidores de música dieron origen la crisis.

El texto está acompañado de múltiples datos y cifras que demuestran las conclusiones a las que se llega. En el mismo se aclara que debido a la rapidez en que se producen los cambios en todo lo que tiene que ver con los impactos de las nuevas